پژوهشنامه خراسان بزرگ
شماره ۴۴ پاییز ۱۴۰۰
No.44 Fall 2021
۵۶-۳۹
تاریخ دریافت: ۱۳۹۸/۱۰/۰۹ تاریخ پذیرش: ۱۳۹۹/۰۳/۱۱

جایگاه ابعاد ارزشی و آیینی در میان عوامل مؤثر بر سبک زندگی و خانه دوران معاصر در شهر مشهد

➢ **سید امیرسعید محمودی:** دانشیار، گروه معماری، دانشکده معماری، پردیس هنرهای زیبا، دانشگاه تهران، ایران (amahmood@ut.ac.ir)

➢ **آزاده آقالطیفی:** استادیار، گروه معماری، دانشکده معماری، دانشگاه شهید بهشتی، تهران، ایران (azadehaghalatifi@gmail.com)

ربابه علی‌پور: استادیار، گروه معماری، مؤسسه آموزش عالی اشراق، بجنورد، ایران

چکیده

این پژوهش، به شناخت عوامل مؤثر بر سبک زندگی و ارتباط آن با خانه‌های معاصر شهر مشهد می‌پردازد که با شناسایی این عوامل و بررسی تحولات سبک زندگی سعی دارد جایگاه ابعاد ارزشی و آیینی و ارتباط آن بر انتخاب‌های ساکنین مشهد در حوزه خانه و مسکن را تبیین کند. برای فهم مؤلفه‌های شاخص سبک زندگی افراد هر جامعه‌ای، خانه از کلیدی‌ترین عوامل است، چراکه رابطه متقابل و دوسویه خانه و جریان زندگی، بسیار پویا و به‌واسطه جریانات کالبدی و دکوراسیون داخلی خانه، قابل‌پیگیری است. از مهم‌ترین نتایج حاصل از مطالعه و تحلیل ادبیات این پژوهش، تعریف وجوه عینی و ترجیحی برای کلیت سبک زندگی با طراحی زیرشاخه‌های اجتماعی، ارزشی، آیینی و مصرفی، به‌طور همسان برای هر دو وجه بوده است. روش تحقیق کمی و پیمایش مطالعات در بستر پژوهش با استفاده از پرسشنامه بسته و انتخاب حجم نمونه‌ها تصادفی ساده است که از نرم‌افزار Smart PLS برای تحلیل داده‌ها استفاده شد. نتایج حاصل از برداشت میدانی ۲۳۷ پرسشنامه مقبول از ۲۵۰ پرسشنامه توزیعی میان ساکنین محلات مختلف شهر مشهد است. در گام تحلیل داده‌ها، ابعاد ارزشی و آیینی به علت اشتراکات فراوان ذهنی و معنایی با یکدیگر ادغام شدند، همچنین تعریف وجوه ترجیحی و عینی برای شناسایی سبک زندگی قابل‌پذیرش شناسایی گردید. وجود دنیای رسانه به‌ویژه فضای مجازی و الگوبرداری از تلویزیون و رسانه‌های مجازی مانند اینستاگرام و تلگرام با بیشترین درصد در بعد مصرف، خود گواه کم‌رنگ شدن سنت‌ها و ارزش‌های مذهبی در زندگی جامعه معاصر مشهد و جایگزینی آن با ارزش‌های جدید است. درنهایت می‌توان اذعان داشت، بعد ارزشی-آیینی در قیاس با دو بعد دیگر اجتماعی و مصرف، در وجه عینی سبک زندگی ساکنین شهر مشهد از تأثیر و ارزش کمتری برخوردار است.

واژگان کلیدی: سبک زندگی، ارزش‌ها و آیین‌ها، تحولات خانه، دوران معاصر، مشهد

Abstract

This study can identify the factors affecting lifestyle and its relationship with the contemporary home in Mashhad city. It tries to demonstrate the value and ritual dimensions' position and its relation to Mashhad residents' choices in the field of housing and home. In each society, home is a critical factor in understanding the people's lifestyle prominent components. The two-sided relation between home and life flow is dynamic; it is traceable due to the home's body flows and interior decoration. One of the most important consequences of this study's literature analyzing and investigating is describing the "objective" and "preferential" aspects for the lifestyle's totality; along with designing "social," "value," "ritual," and "consumable" subcategories similarly for both aspects. The research method is quantitative. The closed questionnaire is used for the investigations gauging in the research context; samples are selected simply randomly and the data analyzed by Smart PLS software. The results are from field research of 237 acceptable questionnaires out of 250 questionnaires distributed among different Mashhad neighborhood residents. The "value" and "ritual" dimensions merged at the data analysis level because of having many subjective and semantic commonalities. Also, the "preferential" and "objective" aspects for identifying acceptable lifestyles are recognized. The media world, especially cyberspace and modeling of Television, Telegram, and Instagram, with the highest usage percentage, shows a diminution in religious traditions and values and a replacement with new values in Mashhad contemporary society's life. Therefore, it can be obvious that the value-ritual dimension, compared with the other two social and consumption dimensions, and has less value and impact in the objective aspect of Mashhad city residents' lifestyle.

Keywords: lifestyle, factors effective on lifestyle, values and rituals, home changes, contemporary era, Mashhad.

* مقاله حاضر برگرفته از رساله دکتری نویسنده سوم با عنوان «آهنگ تغییر کالبد خانه ایرانی تحت تغییرات سبک زندگی (نمونه موردی خانه‌های شهر مشهد از ابتدای دوران پهلوی تا انتهای دهه ۸۰ شمسی)» به راهنمایی و مشاوره (به ترتیب) نویسندگان اول و دوم است که در تاریخ ۳ اسفند ۱۳۹۸ مورد دفاع قرار گرفته است.

نویسنده مسئول مکاتبات: (Robab_alipour@hotmail.com)

مقدمه

تغییرات فکری و نگرش آدمی در ادوار مختلف تاریخی، اجتماعی، فرهنگی، اقتصادی و فنّاورانه، در مکان‌های متفاوت جغرافیایی، منجر به انتخاب روش و سبک‌های مختلف زندگی گردیده است و این خود عامل مهمی در تغییر مداوم کالبد خانه، همان بدن دوم آدمی[۱] گردیده است. مرور روند تاریخی خانه‌های ایرانی، مؤید تغییر واضح و روشن سبک زندگی مردم این سرزمین است که پژوهش حاضر با هدف تبیین جایگاه ابعاد ارزشی و آیینی در سبک زندگی ساکنان شهر مشهد، سعی دارد به کشف عوامل مؤثر بر سبک زندگی و ارتباط آن با تغییرات و انتخاب‌های فضای خانگی و در نهایت جایگاه ابعاد ارزشی و آیینی در میان عوامل مؤثر بر سبک زندگی بپردازد. بدین منظور، شناخت عمیق رابطه انسان و محیط (اینجا خانه) و پیوند درهم‌تنیده این دو، ضروری به نظر می‌رسد.

پیشینه پژوهش

از رسالت‌های طراحان و معماران خلق رابطه‌ای متناسب بین انسان‌ها و کالبد اطرافشان است. برای دستیابی به این هدف، درک صحیحی از رفتار انسان در محیط‌های متفاوت ضروری است، به‌نحوی‌که پیوند انسان و مکان را قوی‌تر سازد (Waxman,2004 به نقل از قاضی‌زاده، ۱۳۹۰: ۳). در این مجال، ضمن یادآوری این نکته که پژوهش‌های حوزه انسان‌شناسی خانه (اینجا خانه و سبک‌زندگی) در ایران بسیار انگشت‌شمار بوده، ابتدا به چیستی خانه و شناخت مفهومی آن پرداخته و در ادامه رابطه بین کالبد خانه و سبک-زندگی مورد بررسی قرار می‌گیرد. برای تحقق این امر در هر دو بخش، از طریق مطالعات اسنادی شفاف‌سازی معنایی و مفهومی انجام شده است و در ادامه تعامل کالبد خانه و سبک‌زندگی مورد پژوهش قرار گرفته است.

روش پژوهش

ساختار ادبیات پژوهش مبتنی بر زمینه‌های تاریخی، اجتماعی و فرهنگی و کالبدی خواهد بود. در گام نخست برای شناخت و فهم مبانی نظری پایه، از مطالعات اسنادی و کتابخانه‌ای بهره‌جویی شد و در گام بعدی، برای فهم و تدقیق‌سازی تحولات موضوع در بستر پژوهش، مطالعات میدانی (از طریق تکمیل پرسشنامه) میان ساکنان خانه‌های معاصر شهر مشهد، صورت گرفته است. ادبیات این پژوهش در پی شناخت سبک زندگی و مؤلفه‌های شاخص آن به‌ویژه عوامل ارزشی-آیینی از سویی و از سوی دیگر خانه و متغیرهایی از آنکه متأثر از سبک زندگی ساکنان است، به مطالعه در میان حوزه‌ها و علوم مختلف نظری پرداخته است.

چیستی خانه

خانه محمل اصلی سکونت آدمی است و به‌واسطه وجود آن، سکونت از مفهومی ذهنی به نمودی عینی دست می‌یابد. با تکیه‌بر تفکرات هایدگر که بودن و شدن در مکان را نشانه بارز وجود می‌داند (Heidegger, 1971: 347-348) که در گذر زمان شکل و معنا می‌یابد (Lefas, 2009: 84)، از طرفی شولتز آن را «برقراری پیوندی پرمعنا میان انسان و محیط مفروض» می‌داند (Schulz,1985: 416-422) و استوک این پیوند را رابطه‌ای دوسویه تعبیر می‌کند که در جریان زندگی بازتولید و زیسته می‌شود (Stock, 2007: 106-113) می‌توان این مفهوم و اندیشه را به امر سکونت نیز نسبت داد. سکونت به معنای واقعی خود در خانه رخ می‌دهد. خانه ظرف تجربه‌ها و خاطره‌ها و تعلق‌خاطرها (Choudhury and Rowles, 2005: 3؛ به نقل از آقالطیفی، ۱۳۹۱: ۳۱)، آیینه معناهای اجتماعی و روانشناختی (Saegert, 1985: 287)، مکانی سرشار از احساسات و معانی فرهنگی (Blunt and Dowling, 2006: 2-3) است که اگر این احساسات، ملهم از واقعیات زندگی باشد، الزاماً مثبت نیست و می‌تواند گاه مکان ترس و خشونت و غربت نیز باشد (Blunt and Varley, 2004: 3). با این تفاسیر، خانه مجموعه پیچیده و گسترده‌ای از معانی است (Moore, 2000: 208) که تنها شامل عوامل عینی و واقعیات زندگی فرد نشده و ترکیبی از واقعیت و ایده‌آل‌های ذهنی او در امر سکونت است

۱. اولین بار مرلو پونتی از این اصطلاح در توصیف خانه استفاده کرد.

(Somerville, 1997; Chapman & Hockey, 1999 Hareven, 1993; Neale, 1997;).

خانه در عربی (بیت)، مکانی است که بتوان در آن بیتوته و شب را روز کرد (ارژمند، ۱۳۹۰: ٦٤). مسکن نیز ریشه عربی دارد و جای سکونت و آرام‌گاه است. در آیه ۸۰ سوره نحل[۱]، خانه (بیت)، مایه سکینه (آرامش) شمرده شده است (کبیری‌سامانی و دیگران، ۱۳۹۵: ٦٤). خانه در زبان انگلیسی با دو واژه هاوس[۲] و هووم[۳] بیان می‌شود که مفهوم و کاربرد این دو واژه به دو بعد اساسی در تشریح خانه اشاره می‌کنند. بعد اول، وجه سرپناهی آن است که متوجه ابعاد کالبدی خانه بوده، درواقع به حالت فیزیکی بنا اشاره دارد و با واژه اول شناخته می‌شود و وجه دوم به بعد هویتی و معنایی آن اشاره دارد و بیشتر جنبه‌های غیرکالبدی خانه را نشانه می‌گیرد و با واژه هووم شناخته می‌شود که بنا به گفته آقالطیفی دامنه مفهومی و کاربردی وسیع‌تری نسبت به واژه هاوس دارد (آقالطیفی، ۱۳۹۱: ٢٦). هووم در فرهنگ انگلیسی آکسفورد به‌عنوان ساختار کالبدی که در آن زندگی شود (و عمدتاً به یک خانواده تعلق داشته باشد) گفته می-شود (Wehmeier, 2005: 744). همین‌طور، مکان؛ منطقه یا سرزمینی که به کسی یا کسانی تعلق دارد نیز معنا شده است (Morley, 2000: 4). دو واژه هیم[٤] و هیمت[٥] در زبان آلمانی با ریشه‌های انگلیسی، نوردیک، ایرلندی و روسی معنای خانه را به دوش می‌کشند، که هم شامل اقامت مادی و هم محیطی می‌شوند (Alsop, 2002: 3). به اعتقاد مورلی، هیم خصوصی است و به من تعلق دارد ولی هیمت شکل عمومی دارد و نمی‌تواند به من متعلق باشد (Morley, 2000: 4). لذا «هر مسکن یک خانه نیست، مسکن یک ساختار فیزیکی است و خانه یک مجموعه غنی از معانی فرهنگی، جمعیتی و روانی در حال تکامل است که ما به ساختار فیزیکی متصل می‌کنیم» (گیفورد، ۱۳۷۸: ۷۲). درنهایت عموم اندیشمندان حوزه خانه، جریان معناها و رابطه‌ها را در خانه بسیار قوی‌تر از کالبد آن در مفهوم‌سازی کلمه «خانه» می‌دانند.

بنا بر مطالعات استفانوویک و تفاوت‌های اساسی فضاهای زیسته[٦] با فضای هندسی طراحی‌شده، گفت‌وگو از خانه با رویکرد پدیدار شناختی غالباً از مفهوم انتزاعی فضا فراتر رفته و در بستر زندگی روزمره معنا می‌یابد (پرتویی، ۱۳۸۲: ٤۲). آنچه هایدگر، مرلوپونتی (و احتمالاً هوسرل) وجه عملی «بودن در جهان» می‌دانند که کنشی است بین انسان و محیط (Gibson به نقل از Shuster, 2017: 119)؛ خانه با توجه به این دیدگاه و بنا به گفته مرلو پونتی بدن دوم[۷] آدمی است و همان‌طور که مفهوم سکونت بیشتر به فلسفه هایدگر مرتبط است، مفهوم بودن در خانه[۸] را نیز در حقیقت مرلوپونتی مطرح می‌کند (Jacobson, 2009: 355)، که راه ما را در جهان «بودن» پشتیبانی می‌کند (Jacobson, 2010: 221). جیکوبسن معتقد است بودن در خانه اساساً یک تجربه انفعالی است و گرچه سکونت داشتن جزء ذات طبیعی ماست، چگونگی تحقق آن مستلزم آموزش است (Jacobson, 2009: 356) و آدمی به‌راحتی در خانهٔ خویش در خلال زندگی روزانه‌اش می‌توان اجتماعی بودن را پرورش دهد (Jacobson, 2010: 219) به‌نوعی به تقویت دیالکتیک درون و بیرون (Norberg-Schulz, 1985: 416-

---

۱. والله جعل لکم من بیوتکم سکنا و جعل لکم من جلود الأنهامبیوتا تستخفونها یوم ظعنکم و یوم أقامتکم و من اضوافهاو اوبارها و اشعارهااثاثاو متاعا الی حین (نحل/۸۰).

2. House

3. Home

4. Heim

5. Heimat

٦. منظور از فضاهای زیسته (Lived spaces)، فضاهایی است که فراتر از ابعاد هندسی و فیزیکی، به ابعاد اجتماعی و تجربه روزمره آدمی می‌پردازد. ایده فضاهای زیسته توسط صاحب‌نظران زیادی موردمطالعه و بررسی قرارگرفته است (Soja, 1989; Massey, 199: 3; Thrift, 2006 به نقل از Sumsion and J.Harison, 2016). در ارتباط با آن می‌توان اصطلاح اصلی و ریشه‌ای این مبحث را Life World مطرح نمود که به‌صورت غیرمستقیم و تلویحی اشاره به زندگی روزمره آدمی دارد، زندگی روزمره‌ای که مردم بدون هیچ توجه خودآگاه و ذره‌ای تأمل انجام می‌دهند. زیست جهان در هر مرحله تحول تاریخی و نزد هرگونه اجتماعی، یک واقعیت عینی به‌حساب می‌آید.

7.second body

8. being-at-home

422; Seamon, 2000: 11; Relph, 2000: 15-31) بپردازد. در خصوص مطالعات روان‌شناختی رفتار در محیط کالبدی زندگی روزمره (Craik ,1970; Srivastava,1971 به نقل از لنگ، ۱۳۸۳: ۲۲) تفسیرهای گسترده‌ای بر روی خانه و معنای آن صورت گرفته است. هیوارد (۱۹۷۵) اولین فهرست جامعی از معانی مربوط به خانه تهیه نمود که منبع مطالعات بعدی قرار گرفت؛ جین مور نیز ضمن غلط دانستن این روند، رجوع به بستر موضوع را بسیار حائز اهمیت می‌داند (Moore, 2000: 210). از دیگر گام‌های مؤثر و مهم این حوزه می‌توان از مطالعات داگلاس پورتیوس بر خانه به‌عنوان هسته قلمرویی (porteous, 1976). مطالعات کلرکوپر مارکوس بر مبنای نظریه ناخودآگاه جمعی یونگ با عنوان «خانه، نماد خویشتن» (Cooper, 1974& 1995). یافته‌های اپلیارد بر اساس آراء مازلو (Maslow, 1954) در خانه و پاسخ‌گویی آن علاوه بر نیاز کالبدی، بر آسایش روانی و نیاز اجتماعی (Appelyard, 1979). مطالعه سیکس‌اسمیت و بیان مؤلفه‌های شخصی، اجتماعی و کالبدی خانه (Sixsmith, 1986: 281-298)؛ تمایز مسکن و خانه در پژوهش ساگرت و دونکن (Duncan, 1981; Saegert, 1985). مطالعات تگنولی و بررسی پنج خصیصه اصلی برای خانه: مرکزیت، تداوم، خلوت، هویت شخصی و روابط اجتماعی (Tognoli, 1987: 679). مطالعات نیوتن و پوتنام و عوامل تکرارشونده در خانه مانند امنیت، خلوت، خانواده، آسایش و صمیمیت (Newton and putnam, 1990). جامع‌ترین فهرست معانی خانه در سال ۱۹۹۱، اثر کارولین دسپرس (Despres, 1991: 96-155)؛ سندی اسمیت و مطالعات کیفی مسکن برای تجربه شدن به‌عنوان خانه (Smith, 1994). پژوهش اورینگ گافمن درباره «بازنمایی خود در زندگی روزمره» (Goffman, 1999). خانه برای گروه‌های ویژه نظیر افراد مجرد (Tognoli, 1987: 655-690)، افراد مسن (Sixsmith and Sixsmith, 1991: 181- 191; Dupuis and Thorns, 1996; Oswald and Wahl, 2005; Hockey, 1999)، شاغلان خانگی (Bulos, 1990; Ahrentzen, 1992; Randall, 1994)، بی‌خانمانان (Rivlin, 1990; Moore and Canter, 1991, 1993; Moore et al., 1995)، مالکین مشترک (Rae, 1992)؛ گروه‌های قومی خاص (Low & Chambers, 1993; Somerville, 1994) یادکرد.

آنچه به‌روشنی در میان پژوهش‌های انجام‌شده درباره خانه در حوزه‌های مختلف به چشم می‌آید، رابطه متقابل و دوسویه خانه و جریان زندگی ساکنانش است؛ به‌طوری‌که هرکدام برای گشایش مفهوم خود، باوجود دیگری معنا می‌یابد. ساکنان یک خانه (با توجه به قومیت، جنسیت، از رده‌های مختلف سنی، اجتماعی و غیره)، شیوه‌های متفاوتی از زندگی را دنبال کرده و تلقی‌های متنوعی از خانه را با توجه به الگوهای رفتاری‌شان در کالبد خانه جویا می‌شوند. بنابراین نکته که خانه در بستر زندگی روزانه به واقعیت و عینیت بدل می‌شود، برای فهم خانه، زندگی و انواع آن به‌عنوان نتیجه رابطه انسان و خانه، ضروری است.

تعاملات خانه و سبک زندگی

معادل انگلیسی سبک زندگی کلمه «لایف استایل[1]» است که چنین معناهایی برای آن قابل‌مشاهده است: روش معمول و رایج زندگی فردی، گروهی یا جامعه است (URL1)، شیوه زندگی شخصی (URL2). به‌منظور شناخت بهتر مفهوم سبک زندگی، سعی شده است به دسته‌بندی و بررسی روش زندگی در دو بازه تاریخی، قبل از ظهور مدرنیته و بعد از ظهور دنیای مدرن پرداخته شود، لذا برای ماقبل مدرن، کلمه شیوه زندگی مناسب‌تر احساس شده است. قابل‌قبول است که بپذیریم قبل از انقلاب صنعتی و رشد سریع تکنولوژی و تحولات تاریخی، اجتماعی و فرهنگی حاصل از آن، شیوه زندگی افراد که سنت[2] عامل

۱. اصطلاح ترکیبی LifeStyle از دو واژه Life و Style شکل‌گرفته است که اولین بار توسط آدلر مورد استفاده قرار گرفت و از ۱۹۶۱م در بین علوم مختلف پرکاربرد شده است

https://www.merriam-webster.com/dictionary/LifeStyle

۲. سنت (معادل tradition) از لحاظ ریشه لغوی با انتقال، ارتباط دارد و در گستره معنایش مفهوم انتقال معرفت، آداب، فنون، قوالب و بسیاری عناصر دیگر را که ماهیتی ملفوظ و هم مکتوب دارند، در خود دارد (نصر، ۱۳۸۰: ۵-۱۲۴ به نقل از حجت،۱۳۹۰: ۱۹-۲۰).

مهمی در حفظ و بقای آن بوده است، به‌کندی دستخوش تغییری قابل‌ملاحظه می‌شده است و با عدم پذیرش تنوع در درون خود، نشان از وجود نظام طبقاتی و ارجحیت نگاه جمعی به فردی داشته و بر نظام تولید استوار بوده است. با آغاز قرن بیستم میلادی به همراه موجی از تحولات، شیوه زندگی از لحاظ ساختاری و مفهومی (مانند آنچه در گذشته بود) روزبه‌روز کم‌رنگ گردید و ورای ساختار طبقاتی (ابراهیم-آبادی، ۱۳۹۲: ۳٤) با بیان فردیت و منحصربه‌فرد بودن نوع زندگی (محفوظی و همکاران، ۱۳۷۷: ۳۱۸)، بروز یافت که از این مرحله به بعد به علت چنین تغییرات گسترده‌ای به‌عنوان سبک زندگی راه خود را در میان مردم باز کرد. لذا پژوهشگران با بررسی ریشه کلمه «لایف استایل» و فهم معانی کلمه بنیادی «استایلوس[1]» در تولید آن، علت انتخاب کلمه استایل برای کنار هم نشستن آن با لایف، نقش آن در متصورسازی و شکل‌دهی زندگی (حکاکی زندگی) یا ارائه و گزینش زندگی می‌داند؛ چراکه واژه استایلوس به‌عنوان ابزاری ظریف برای ارائه و شکل‌دهی اثر، درک بهتر معانی و مفهوم این اصطلاح را ممکن می‌سازد که به‌خوبی نقش انتخاب و تنوع در آن مستتر است.

از عوامل کلیدی وجوه تمایز شیوه زندگی و سبک زندگی، نظام مصرف است؛ اساساً تا قبل از قرن بیستم پدیده‌ای به نام انتخاب و توانایی انتخاب‌گری آدمیان و به دنبال آن سبک زندگی بی‌معنا و کم‌معنا بود (ابراهیم‌آبادی، ۱۳۹۲: ۳٦؛ گیدنز، ۱۳۸۹: ۱۲۱) نظام مصرف (به‌جای نظام تولید) که شامل همه افراد جامعه از هر سن و جنس و طبقه‌ای است (اباذریان و چاووشیان، ۱۳۸۱)، مبنای ساخت و پردازش مفهوم سبک زندگی بین جامعه‌شناسان گردید (Veblen, 1899 and 1919; Lazer, 1963; Sobel, 1981; Simmel, 1990; Giddens, 1991 and 1994, Featherstone, 1987 and 1991; Lash and Urry,1987; Bocock, 1993; Parnell, 2006). از سویی با اشتغال زنان در جامعه، الگوي سنتي «مرد نان‌آور» و «زن خانه‌دار» به چالش کشیده شد و با افزایش سهم زن در اقتصاد خانواده، سطح کنترل او بر تصمیم‌گیري‌هاي مالي بیشتر شد(گیدنز، ۱۳۸۹: ٥۷٥؛ سگالن، ۱۳۸۹: ۱۷٥)، این تغییر منجر شد الگوي جنسيتي کار خانگي نیز دستخوش تغییر شود (به نقل از حبیب‌پور گتابی و همکاران، ۱۳۹۲: ۷۰).

در کنار نکات یادشده، بعضی نیز بر این باورند که «مفاهیم شیوه زندگي و سبک زندگی مي‌توانند به‌عنوان مکمل همدیگر در نظر گرفته شوند. درون يك شیوه زندگي مي‌توان سبك‌هاي زندگي متفاوتي را ملاحظه کرد که در آن، همه کالاها و اشکال مختلف نمودهاي فرهنگي، وسیله‌هایي براي شباهت‌هاي فرهنگي و درعین‌حال مرزهایي براي تمایز از سایر فرهنگ‌ها هستند» (Liberg, 1995؛ به نقل از باینگانی و همکاران، ۱۳۹۲: ٦۱).

جدول ۱: عوامل شاخص مؤثر بر سبک زندگی مستخرج از پژوهش‌های انجام‌شده (مأخذ: نگارندگان)

عوامل	پژوهش‌های انجام‌شده
الگوهای رفتاری	Giddens,1996; Baudrillard, 1998; Gibbins and Reimer, 1999; Wyn and White, 1997; Liberg,1995; Chaney,2002; Sobel,1981; Parnell,2006; Slater, 1997; Leo, 1998; Veblen,1899& 1919; Simmel, 1990; Bourdieu,1984; Lazer, 1963;Adler,1956; Wolman,1981; Cohen, 1990; Wenzel, 1982; Clemens,2000; Leslie and Others,1994; Kluckhohn, 1962; McKee, 1969 فاضلی، ۱۳۸۲؛
مصرف	Baudrillard, 1998; Wyn and White, 1997; Liberg,1995; Sobel,1981; Parnell,2006; Bocock,1993; Weber, 1908; Lazer, 1963; Cohen, 1990; Leslie& Others,1994;

۱. style از اصل لاتینی (Stilus) و فرانسه قدیم (Stylus) است و به معنی «رفتار یا روشی خاص که به‌وسیله آن چیزی خلق، طراحی یا اجرا می‌شود» https://www.merriam-webster.com/dictionary/style

	Kluckhohn, 1962; Berger, 2011بابنگانی، ایران‌دوست و احمدی،۱۳۹۲؛ مهدوی‌کنی، ۱۳۸۷؛ اباذری و چاووشیان، ۱۳۸۱؛
ارزش‌ها و هنجارها	Giddens,1996; Sobel,1981; Parnell,2006; Slater, 1997; Leo, 1998; Veblen,1899 and 1919; Simmel, 1990; Bourdieu,1984; Lazer, 1963; Wolman,1981; Wenzel, 1982; McKee, 1969; Zablocki and Kanter, 2003 مهدوی‌کنی، ۱۳۸۷؛ اباذری و چاووشیان، ۱۳۸۱؛ حبیب پور گتابی و همکاران،۱۳۹۲؛
عادات و رسوم	Giddens,1996; Parnell,2006; Slater; Leo, 1998; Veblen,1899 and 1919; Simmel, 1990; Bourdieu,1984; Lazer, 1963; Wolman,1981; McKee, 1969
کنش‌های اجتماعی	Ansbacher, 1995; Wyn and White, 1997; Liberg,1995; Chaney,2002; Sobel,1981; Leo, 1998; Bocock,1993; Veblen,1899& 1919; Simmel, 1990; Asa Berger; Bourdieu,1984; Weber, 1908; Lazer, 1963; Cohen, 1990; Wenzel, 1982; Clemens,2000; Leslie and Others,1994; Kluckhohn, 1962فاضلی، ۱۳۸۲؛
ترجیحات	Simmel, 1990; Bourdieu,1984; Kluckhohn, 1962 Parnell,2006;
رسانه	Slater, 1997عیوضی، ۱۳۸۸؛
رشد تکنولوژی	Baudrillard, 1998; Gibbins and Reimer, 1999 ابراهیم‌آبادی،۱۳۹۲؛
عرفی‌گرایی دینی	Bocock,1993; Cohen, 1990 پویافر، ۱۳۹۲؛ طالبان و رفیعی بهابادی، ۱۳۸۹؛ ایسپا، ۱۳۸۸؛

خانه، غایی‌ترین مکان و کالبد برای نمایش تمام‌عیار سبک زندگی آدمی است، چراکه سبک زندگی مجموعه‌ای نظام‌مند از فعالیت‌ها و انتخاب‌هاست که حجم زیادی از آن در خانه و حریم خانوادگی فرد تجلی می‌یابد، درواقع خانه محمل قرارگاه‌های رفتاری گسترده فعالیت‌های زندگی است حتی باوجود ساعات محدودی که امروزه افراد خانواده در آن حضور دارند، همچنان جایگاه ویژه‌ای در تعریف فرد و هویتش در خلال انتخاب‌های زندگی‌اش دارد و بنا به مطالعه رکنی و احمدی (۱۳۹۶)، پیکره‌بندی فضایی خانه و روابط داخلی متأثر از همین امر است؛ پس اگرچه مقیاس اتاق نشیمن[1] که با افکار چاپین[2] درباره منزل اجتماعی شکل گرفت، کارایی اولیه خود را ازدست‌داده است (Reissman, 1967; Wirth, 1945)، اما این نکته را بیان می‌دارد که برای فهم سبک زندگی افراد جامعه، خانه از کلیدی‌ترین عوامل بوده است. ازنظر چاپین، لوازمی که در اتاق نشیمن یافت می‌شود نشان‌دهنده دستاوردهای فرهنگی و مادی و منزلت اقتصادی و اجتماعی خانواده است (Chapman, 1995: 375)، بنابراین می‌توان انتظار داشت که حجم عمده مصرف در الگوی فعالیت‌ها نمود پیدا کند که سهم ویژه‌ای از این نمایش در خانه رخ می‌دهد.

به‌صورت خلاصه، بنا بر آراء نظریات فوق (جدول ۱)، می‌توان گفت الگوهای فعالیت، الگوی‌مصرف، کنش‌های اجتماعی و نظام ترجیحات از شاخص‌های مؤثر سبک زندگی می‌باشند که تحت فرمان نگاه ارزشی فرد بروز می‌یابند، از سویی وجود تکنولوژی و ابزار پرکاربردش در گسترش دنیای مد، دنیای رسانه و فضای گسترده مجازی در کنار فعالیت‌های اجتماعی فرد، عواملی بسیار تأثیرگذار بر سبک زندگی و انتخاب و ترجیحات فردی است.

جایگاه ارزش‌ها و آیین‌ها و تحولات آن در بروز سبک زندگی

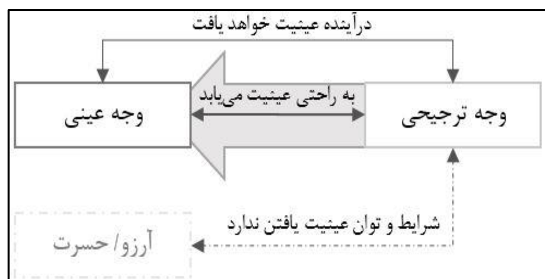
همان‌طور که در جدول ۱ قابل‌مشاهده است، ارزش‌ها و تحول ارزشی عاملی است که موردتوجه پژوهش‌گران بسیاری در حوزه سبک زندگی قرارگرفته است که در زیرشاخه‌های ارزش‌ها و هنجارها و حتی آداب و رسوم به‌طور مستقیم قابل‌پیگیری است. بسیاری از محققان، ارزش‌ها را اصلی‌ترین منبع شکل‌گیری سبک زندگی دانسته و تأکیددارند که شناخت ساختار ارزش‌های فردی، اصلی‌ترین

1. Living-room Scale
2. Chapin

وظیفه برای درک سبک زندگی افراد است. موافقان این نظر معتقدند که ارزش‌های فعلی فرد تعیین‌کننده سبک زندگی اوست. از طرف دیگر، بروز برخی سبک‌های زندگی نیز حاصل تحول ارزشی در جامعه و تلاش افراد برای وفق دادن خود با نظام ارزشی جدید دانسته می‌شود. درعین‌حال، به عقیده زابلکی و کانتر[1] به غیر از سبک زندگی کلاسیک که وجه طبقاتی غالب است، بقیه انواع سبک زندگی نتیجه بر هم خوردن انسجام ارزشی هستند. این دو اندیشمند معتقدند که در جامعه در حال گذار، صورت‌بندی سبک‌های زندگی حول راهبرد کنش جمعی (جنبش اجتماعی)، تنها راه قابل‌اطمینان برای رسیدن به انسجام ارزشی است، البته با ذکر این قید که این راه برای کسانی مطرح می‌شود که آگاهی سیاسی و اجتماعی دارند. اگرچه دیدگاه غالب این است که تحول ارزشی در ایجاد سبک‌های زندگی، مؤثر است، اما می‌تواند به‌جای ایجاد سبک زندگی جدید موجب تغییر در اصول سبک‌های زندگی موجود نیز شود. یکی از بارزترین مصادیق این نگاه، بروز آرمان دموکراسی و برابری خواهی و برهم خوردن سلسله‌مراتب قریحه‌ها در جامعه است. نظریه‌پردازانی مانند پیترسون نیز معتقدند که نوعی سبک زندگی التقاطی بروز پیدا کرده است. به عقیده کاملر با توضیح اینکه هویت فردی محصول ارزش‌های متناظر به فلسفه زندگی و هویت اجتماعی، محصول ارزش‌های سبک زندگی است به این مهم اشاره دارد که محیط عاملی کلیدی در گزینش و تغییرات سبک زندگی است (فاضلی، ۱۳۸۲: ۹۲-۹۹).

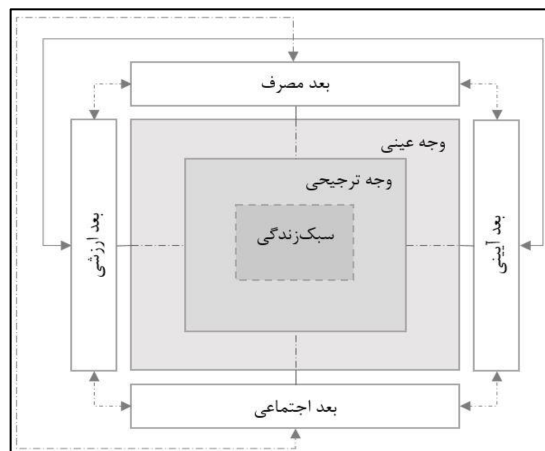
وجوه سبک زندگی

با توجه به مبانی نظری یادشده و بررسی آراء نظریه‌پردازان، نگارندگان برای سبک زندگی در گام نخست دو وجه کلی قائل شدند: وجه عینی و وجه ترجیحی. وجه عینی ناظر بر واقعیات زندگی روزانه افراد و وجه ترجیحی همان بعد ذهنی (انتظارات و خواسته‌ها و ترجیحات) فرد است که او را در انتخاب‌هایشان همراهی می‌کند؛ ضمن آنکه این وجه، بسته به شرایط محیطی با وجه عینی تطابق یافته و به عینیت می‌رسد، یا فرد را برای برنامه‌ریزی در انتخاب‌های بعدی‌اش هدفمند می‌سازد و درنهایت حتی ممکن است به دلیل فراهم نبودن شرایط محیطی در حد آرزو در ذهن فرد بماند (تصویر ۱).



تصویر ۱: روند تبدیل ترجیحات فردی به عینیت در سبک زندگی (علی‌پور و همکاران، ۱۳۹۹:۷۳)

در گام دوم برای هر دو وجه چهار بعد اجتماعی، ارزشی، آیینی و مصرفی در نظر گرفته شد که حاصل تحلیل پیشینه (جدول ۱) و دسته‌بندی منسجم محققین است که به‌نوعی دربردارنده تمامی الگوهای رفتاری فرد است؛ ضمن آنکه نقش رسانه و تکنولوژی و عرفی‌گرایی در این چهار بعد مستتر بوده و در روند تحولات آن‌ها بسیار مؤثر واقع شده‌اند (تصویر ۲).



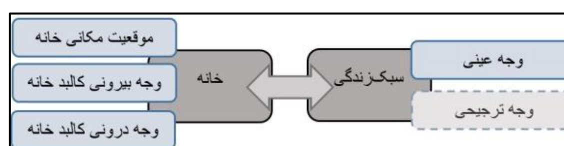
تصویر ۲: مدل پیشنهادی اولیه سبک زندگی، وجوه و ابعاد آن (علی‌پور و همکاران، ۱۳۹۹: ۷۳)

جمع‌بندی مبانی نظری

طبق مطالعات صورت گرفته بسیاری از محققان، ارزش‌ها را اصلی‌ترین منبع شکل‌گیری سبک زندگی دانسته و تأکید دارند که شناخت ساختار ارزش‌های فردی، اصلی‌ترین وظیفه برای درک سبک زندگی افراد است. موافقان این نظر معتقدند که ارزش‌های فعلی فرد تعیین‌کننده سبک زندگی

1.Zablocki and Kanter

اوست. از طرف دیگر، بروز برخی سبک‌های زندگی نیز حاصل تحولات ارزشی در جامعه و تلاش افراد برای وفق دادن خود با نظام ارزشی جدید دانسته می‌شود. از سویی خانه به‌عنوان غایی‌ترین مکان و کالبد برای نمایش تمام‌عیار سبک زندگی آدمی، مجموعه‌ای نظام‌مند از فعالیت‌ها و انتخاب‌های فرد را در حریم خانوادگی و فضای خانگی متجلی می‌سازد. درواقع خانه محمل قرارگاه‌های رفتاری گسترده فعالیت‌های زندگی است حتی باوجود ساعات کمتری که امروزه افراد خانواده در آن حضور دارند، همچنان جایگاه ویژه‌ای در تعریف فرد و هویتش در خلال انتخاب‌های زندگی‌اش دارد.



تصویر ۳: رابطه خانه و سبک زندگی و وجوه مؤثر و متأثر از این جریان(مأخذ: نگارندگان)

طبق تصویر ۳ به‌طور واضح می‌توان بیان نمود که درون و بیرون خانه متأثر از سبک زندگی ساکنان بوده و فرض بر آن است که نظام ارزشی خانواده در کنار موقعیت اجتماعی و اقتصادی ایشان عاملی تأثیرگذار در انتخاب خانه هم به لحاظ موقعیت مکانی (در شهر) هم به لحاظ موقعیت و وضعیت کالبدی آن در بیرون (نما و حجم کالبدی خانه) و در درون (فضای خانگی و مبلمان و اثاثیه) است.

قلمرو پژوهش: شهر مشهد

مشهد مقدس به‌عنوان دومین کلان‌شهر ایران، به سبب وجود پربرکت حرم مطهر امام هشتم(ع) دومین کلان‌شهر مذهبی جهان اسلام بعد از مکه مکرمه (پیله‌ور و پوراحمد، ۱۳۸۳: ۱۱۲؛ دیناری، ۱۳۸۴؛ کلانتری خلیل آباد و همکاران، ۱۳۹۳: ۳۶) است که بیشترین میزان جمعیت گردشگر و زائر[۱] در مقایسه با سایر شهرهای کشور داشته و همین خود عاملی در گسترش و رونق اقتصادی شهر و سیاست‌گذاری‌های ویژه دولتی (عارف‌زاده، ۱۳۷۹؛ به نقل از فرهودی و همکاران، ۱۳۹۳: ۲۶۲) در این شهر به‌خصوص اطراف حرم بوده است (جدول شماره ۲). درنتیجه با ایجاد تنوع فرصت‌های شغلی (از لحاظ کیفی و کمی)، رشد بالای نرخ مهاجرت را برای این شهر رقم‌زده است.

جدول ۲: مداخله‌های صورت گرفته در شهر مشهد در گذر زمان (مأخذ: نگارندگان، با بهره‌گیری از نجیب کازرکار و همکاران، ۱۳۹۴)

	ویژگی	دوره تاریخی			شرح
مداخله‌های صورت گرفته در شهر	طبیعی و تکوینی	پیش از صفوی			بنا بر نیازهای زندگی جمعی و تعاملات اجتماعی درون‌شهری
		صفوی			احداث خیابان (بالا و پایین خیابان) و صحن عتیق و اماکن عمومی در نزدیکی حرم
	تحمیل بیرونی و برنامه‌ریزی های شهری	معاصر		پهلوی اول (۱۳۲۰-۱۳۰۰ش)	احداث فلکه حضرت و خیابان‌های صلیبی
				پهلوی دوم (۱۳۵۷-۱۳۲۰ش)	طرح توسعه حرم مطهر (طرح فلکه حضرت)
			انقلاب اسلامی	(۱۳۸۰-۱۳۶۰ش)	طرح توسعه حریم حرم مطهر
				از سال ۱۳۷۱ش	طرح نوسازی و بازسازی (بهسازی) بافت پیرامون حرم

نوغان اولین هسته شهر مشهد (ابی یعقوب، ۱۳۵۶: ۵۳؛ بینش، ۱۳۵۵: ۸۵۸) است که پس از مدفون شدن حضرت رضا(ع) در سال ۲۰۳ق اهمیت ویژه‌ای یافت (ابودلف، ۱۳۵۴: ۸؛ سیدی، ۱۳۷۸: ۱۷؛ رضوانی، ۱۳۸۴: ۲۱۵؛ ماهوان، ۱۳۸۳: ۱۶۲) و به «مشهد الرضا» شهرت یافت (اصطخری، ۱۳۶۸: ۲۰۵؛ قصابیان، ۱۳۷۷: ۲۷)؛ سپس در عصر تیموری، ساختار شهری به خود گرفت (نجیب کازرکار و دیگران، ۱۳۹۴: ۱۳؛ سیدی، ۱۳۷۸: ۱۸). ازنظر کالبدی در دوران قاجار هسته اصلی شهر، حرم امام رضا(ع) بوده و در نقشه موجود از آن زمان که در ۱۸۷۵م توسط کلنل مک گرگر

---

۱. شهر مشهد با جمعیتی ۳ میلیون نفر ازجمله کلان‌شهرهای ایران است. طبق اطلاعات موجود به‌طور متوسط سالانه حدود ۱۷ میلیون مسافر وارد شهر مشهد می‌شود که بیشترین تعداد آن مربوط به تعطیلات نوروز و تابستان و نیز برخی مناسبت‌های مذهبی مانند تولد و وفات امام رضا (ع) و دهه اول محرم است (مطالعات پایه اجتماعی-اقتصادی طرح جامع مشهد، ۱۳۸۵: ۵۰).

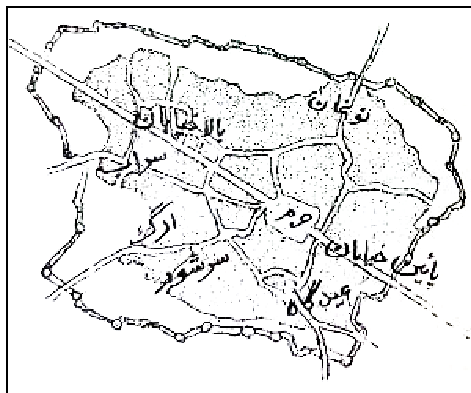
افسر ارتش انگلیس تهیه‌شده (تصویر ۲)[1]، مشهد بسیار کوچک و دارای شش محله بزرگ و ده محله کوچک در اطراف حرم بوده است (ثامنی، ۱۳۷۲: ۸) که عباس‌زادگان و همکاران ۱۳۶ محله در دوران معاصر، برای شهر برشمرده‌اند (عباس‌زادگان و همکاران، ۱۳۹۱: ٤٨).

ساخت اصلی امروز شهر مشهد، نتیجه تحولات پایه‌ریزی شده از ۱۳۰۰ش به بعد است (رضوانی، ۱۳۸۴: ۲۵۲) که بعد از وجود حرم امام رضا(ع)، خیابان، میدان و ساختمان های دولتی سه عامل مهم هدایت توسعه شهر مشهد بوده است. از لحاظ ساختار اکولوژیکی، بنا به نظر مافی و همکاران، اگرچه شهر پیرامون میدان آزادی به‌صورت دوایر متحدالمرکزی توسعه‌یافته است و هسته مرکزی شهر محل تمرکز طبقهٔ درآمدی بالا نیز هست و از طرفی در ساخت قطاعی، مرکزیت حرم مطهر قابل‌مشاهده است، اما درنهایت توسعهٔ چندهسته‌ای بهتر و بیشتر از سایر نظریات، ساخت شهر مشهد را نشان می‌دهد (مافی و همکاران ۱۳۹۱: ۱۱۷). از سویی توزیع فضایی عناصر مهم شهری و پراکنش مکانی خدمات شهری در سطح محلات ناهمگون و نامتوازن است. بعضی از محققان، تفاوت‌های اجتماعی در محلات شهر را بیشتر ناشی از تفاوت‌های فرهنگی می‌دانند تا ساختار اقتصادی (محمودی، ۱۳۸۸: ۷۳).

با توجه به مطالعات اسنادی و شواهد میدانی چنین به نظر می‌رسد همان‌طور که شهر در طی سال‌های گذشته از تخریب و جراحی‌ها، بافت قدیمی خود را ازدست‌داده و با سرعت زیاد، تغییرات گسترده‌ای را تجربه کرده است، توده و خانه‌های مشهد نیز با تغییر بافت محلات و شهر و بالطبع آن، پیگیری شیوه‌های جدید زندگی (قلندریان و همکاران، ۱۳۹٦: ۷۸)، دست‌خوش تغییرات عمده‌ای شده است. این رشد بی‌رویه شهر، موجب ظهور مسکن و خانه‌های بی کیفیت و تراکم بیش از حد افراد در واحدهای مسکونی گردیده است (پیله‌ور و پوراحمد، ۱۳۸۳: ۱۱۳).

سابقه سکونت در شهر مشهد

شکل‌گیری اولین سکونت‌گاه‌ها و هستهٔ اولیه شهر مشهد همچنان که گفته شد (تصویر ٤)، وجود یک ارزش مقدس و قرارگیری در حریم بارگاه ملکوتی امام رضا(ع) است. آب عامل اصلی شکل‌گیری آبادی بوده و در معنابخشی شهر به‌طور عام بسیار از آن یاد می‌شود و اینجا حرم امام رضا(ع) این مکان ارزشمند، همان آب است و مطهر و سرچشمه رحمت.



تصویر ۴: هسته اولیه سکونت در شهر مشهد (بقیعی، ۱۳۷۳: ۱۹)

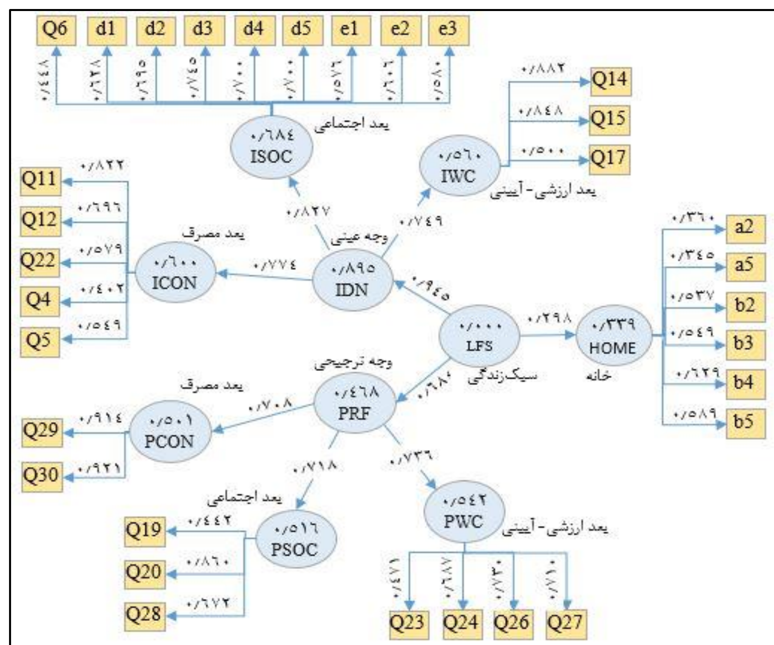
درواقع برخلاف نیاز عملکردی به آب در ساخت دیگر شهرها و شکل‌گیری خانه‌ها به‌عنوان هسته اولیه‌شان، نیاز ارزشی در مکان‌یابی و شکل‌گیری هسته اولیه سکونت در شهر مشهد، قوی‌ترین عامل است و به لحاظ مفهومی به نظر می‌رسد تا عصر حاضر همچنان شاخص‌ترین باشد. این نگاه ارزشی، خود تقویت‌کننده نظام‌های ارزشی، آیینی و مذهبی درون شهر است و طبق انتظار، الگوها و شیوه‌های زیست سنتی و احترام به عقاید و ارزش‌ها و باورها به‌ویژه باورهای مذهبی در متون تاریخی، خاطرات و سفرنامه‌ها و زندگی‌نامه‌های به‌جامانده از شهر مشهد مانند «مزار میرمراد» (۱۳۷۳) کاملاً مشهود است. باوجود دیدگاه حجم وسیعی از نظریه‌پردازان که قبلاً بدان پرداخته شد، ارزش مهم‌ترین مفهومی است که با مفاهیم هویت و سبک زندگی ارتباطی تنگاتنگ دارد و یکی از مؤلفه‌های بنیادین فرهنگ و دین به‌حساب می‌آید. چراکه فرهنگ از ارزش‌ها و باورهای اعضای یک گروه، هنجارهایی که از آن پیروی می‌کنند و کالاهای مادی که تولید می‌کنند، تشکیل می‌شود. این مهم در شهر مقدس مشهد که پیدایش اولیه آن بر پایه یک ارزش مذهبی و والا بوده و تمام رونق و

۱. ر. ک: (اسناد تصویری شهرهای ایرانی، دوره قاجار: ۱۴۰-۱۴۴).

جایگاه امروزی خود را نیز مدیون وجود همان گوهر گرانقدر است، بیش از هر شهر و هر سکونتی، بروز یافته است. هرچند رفته‌رفته استقرار فضایی خدمات شهری و گردشگری و کالایی شدن زمین و سرمایه‌داری و تمرکز بر مصرف باعث گردیده است عطر سکونت از اطراف حرم رخت بربندد و همانطورکه در بالا مرور شد، ساخت خانه و مسکن در دیگر نقاط شهر پررنگ شد و ارزش‌های معنوی جای خود را به ارزش‌های مادی دادند.

رویه انجام پژوهش

پژوهش از نوع کاربردی و ازنظر هدف، تبیینی، ازنظر وسعت پهنانگر و به لحاظ روش، کمی بوده که به‌صورت پیمایشی تحلیلی با بهره‌گیری از روش تحلیل عاملی برای بررسی همبستگی میان عامل‌ها انجام‌شده است. ازنظر زمانی نیز، یک بررسی مقطعی است که در زمان خاصی صورت گرفته است. تعیین معیارهای پژوهشی، با استفاده از بررسی ادبیات موضوع که گردآوری آن به شیوه کتابخانه‌ای صورت گرفته و به‌منظور پیمایش مدل نظری برآمده از مبانی، از روش مقیاس‌سازی و طیف لیکرت پنج‌تایی (Becker, 2000) با مشورت صاحب‌نظران و متخصصان فعال در زمینه تحقیق، محتوا و گویه‌های پرسشنامه توسط محققین طراحی شده است که درنهایت به‌وسیله ۳۰ گزاره، داده‌ها گردآوری گردید. برای سنجش سبک زندگی که خود دارای دو بعد و هر بعد به چهار وجه تقسیم می‌شود، ٢٤ گویه (از مجموع ۳۰ گویه) و برای سنجش موقعیت خانه ٦ گویه ٥ گزینه‌ای در سطح رتبه‌ای لیکرت استفاده شده است. این پژوهش به‌منظور تفکیک و دسته‌بندی سؤالات ۳۰ گانه از تکنیک مدل‌یابی ساختاری برای برآورد تحلیل عاملی تأییدی (مدل اندازه‌گیری مقید) بهره جسته است. در تحلیل عاملی تأییدی مدل‌های متفاوتی مورد مقایسه قرار می‌گیرند تا مشخص شود کدام مدل بهترین برآورد از داده‌ها را نشان می‌دهد. مدل‌یابی معادلات ساختاری و تکنیک‌های زیرمجموعه آن ازجمله تحلیل عامل تأییدی و تحلیل مسیر، برای مقاصد متعددی ازجمله آزمون فرضیه‌ها در مورد روابط بین متغیرها در قالب مدل‌های تجربی و نیز ساخت و روان‌سنجی ابزارهای سنجش استفاده می‌گردند (علوی، ۱۳۹۳: ۹). به‌منظور تعیین روایی مقیاس حاضر از روش تحلیل عاملی تأییدی در نرم‌افزار Smart PLS استفاده شد (تصویر ٥). در مقاصد تأييدي، هدف پژوهشگر تأیید ساختار عاملي ويژه‌اي است، دربارۀ تعداد عامل‌ها به‌طور آشکارا فرضيه‌اي بيان مي‌شود و برازش ساختار عاملي موردنظر در فرضيه با ساختار كواريانس متغيرهاي اندازه‌گيري شده مورد آزمون قرار مي‌گيرد (سرمد و همکاران، ۱۳۷۸: ۲۶۹). هدف اصلی بررسي اين امر است كه آيا بر اساس پاسخ افراد به پرسش‌هاي موردنظر مي‌توان معدودي عوامل عام‌تر را مشخص كرد كه شالودۀ پاسخ افراد هستند يا نه (دواس، ۱۳۷٦: ۲۵۳) و آن عوامل را تبيين نمود. جامعه آماری، خانوارهای ساکن شهر مشهد هستند و حجم نمونه ۲٥۰ نفر از ساکنین شهر است و روش نمونه‌گیری اتخاذشده تصادفی ساده است.



تصویر۶: بارهای عاملی و ضرایب مسیر استانداردشده مدل تحقیق

از ۲۵۰ پرسشنامه، ۲۳۷ مورد آن از لحاظ پاسخ‌دهی، موردقبول بوده و برای سنجش استفاده گردید. افرادی که مورد پرسش واقع شده‌اند چهار گروه سنی نوجوان (۸-۱۲ سال)، جوان (۱۹-۳۵ سال)، میانسال (۳۶-۶۰ سال) و کهنسال (بالای ۶۰ سال) را شامل می‌شود. مشاغل افراد در دسته‌های؛ مشاغل آزاد، دولتی، محصلین، خانه‌دارها و متخصصین معمار و شهرساز تعریف گردید، تلاش شد از لحاظ شغلی میان تعداد پاسخ‌دهندگان تناسب برقرار باشد. نحوه توزیع پرسشنامه به‌صورت حضوری بوده و محققان در زمان پاسخ‌گویی با ارائه توضیحات تکمیلی و برقراری ارتباط با فرد پاسخ‌دهنده، به بهبود روند آمارسنجی کمک نموده‌اند.

تحلیل یافته‌ها

نتایج تحلیل عامل تأییدی نشان داد که اولاً گویه‌ها می‌توانند زیرمجموعه وجوه و ابعاد خود قرار گیرند و بعد عینی سبک زندگی در مقایسه با بعد ترجیحی آن (بعد ذهنی) تأثیر بیشتری بر سبک زندگی دارد. ثانیاً بین سبک زندگی و خانه همبستگی وجود دارد. همچنین در روند تحلیل به علت نزدیکی شدید بعد ارزشی و بعد آئینی از لحاظ پاسخ‌ها، مدل پیشنهادی مورد بازبینی قرار گرفت و بعد ارزشی-آئینی (که همه گویه‌های مربوط را در خود دارد) جایگزین شد (تصویر ۶).

جدول ۳: میزان بارهای عاملی متغیرهای پژوهش

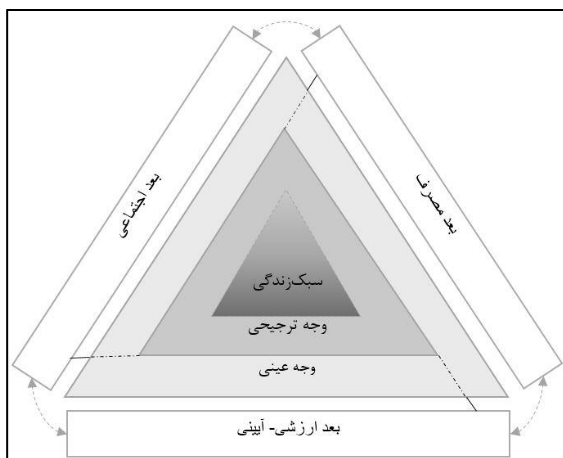
متغیر وابسته	ابعاد متغیر وابسته		گویه‌ها و سؤالات	بار عاملی
وجه عینی سبک زندگی	مصرف	Q4	- پیگیری زندگی و نوع خانه و مبلمان و اثاثیه در برنامه‌های تلویزیونی	۰,۸۲۲
		Q5	- توسل به فضای مجازی (اینستا، تلگرام و غیره) زمان تفکر برای خرید	۰,۶۹۶
		Q11	- به‌روز بودن وسایل شخصی مانند موبایل (جزء آخرین‌مدل‌های بازار)	۰,۵۷۹
		Q12	- به‌روز بودن وسایل و مبلمان خانه (جزء بهترین‌های بازار)	۰,۴۰۲
		Q22	- خرید بازی‌ها و سرگرمی‌های کامپیوتری و مجازی	۰,۵۷۹
	اجتماعی	Q6	- سن و تأثیر آن در تصمیم‌گیری‌ها	۰,۴۴۸

		d1	- شغل و تأثیر آن در تفاوت در سر و وضع لباسی	۰,۶۲۸
		d2	- شغل و تأثیر آن در تفاوت در سر و وضع خانه (از نما تا داخل)	۰,۶۹۵
		d3	- شغل و تأثیر آن در تفاوت در وسایل شخصی مانند موبایل	۰,۷۴۶
		d4	- شغل و تأثیر آن در تفاوت در نوع ماشین و وسیله نقلیه شخصی	۰,۷۰۰
		d5	- جنسیت و تأثیر آن در نوع و میزان معاشرت‌های اجتماعی	۰,۷۰۰
		e1	- جنسیت و تأثیر آن در نوع و میزان روابط درون خانوادگی	۰,۵۷۶
		e2	- جنسیت و تأثیر آن در نحوه و نوع الگوهای رفتاری	۰,۶۰۶
		e3		۰,۵۸۰
	ارزشی-آیینی	Q14	- مطابق مد روز بودن لباس‌ها و پوشاک	۰,۸۸۲
		Q15	- مطابق مد روز بودن اسباب و اثاثیه و چیدمان داخلی خانه	۰,۸۴۸
		Q17	- اولویت خواسته‌های فردی در جمع‌های خانوادگی و فامیلی	۰,۵۰۰
وجه ترجیحی سبک زندگی	مصرف	Q29	- به‌روز بودن مبلمان و تجهیزات خانه (از بهترین برندهای بازار)	۰,۹۱۴
		Q30	- به‌روز بودن وسایل شخصی مانند موبایل (از بهترین برندهای بازار)	۰,۹۲۱
	اجتماعی	Q19	- تفریح در خارج از خانه و حلقه خانواده	۰,۴۴۲
		Q20	- تفریح رفتن با خانه و حلقه خانواده	۰,۸۶۰
		Q28	- زمان خانه بودن، در اتاق تنها ماندن و انجام امور شخصی	۰,۶۷۲
	ارزشی-آیینی	Q23	- زندگی با والدین (والدین همسر)، دریک خانه	۰,۴۷۱
		Q24	- معاشرت با همسایه‌ها	۰,۶۸۷
		Q26	- سپری کردن اوقات در خانه، با اعضای خانواده	۰,۷۳۰
		Q27	- الگوبرداری رفتاری از پدر و مادرم باشد بجای داشتن الگوهای رفتاری شخصی	۰,۷۱۰
خانه	-	a2	- دلیل انتخاب: موقعیت مکانی خانه	۰,۳۶۰
		a5	- دلیل انتخاب: قیمت خانه	۰,۳۴۵
		b2	- موقعیت خانه نسبت به مراکز خرید	۰,۵۳۷
		b3	- موقعیت خانه نسبت به محل کار	۰,۵۴۹
		b4	- موقعیت خانه نسبت به مدرسه فرزندان	۰,۶۲۹
		b5	- موقعیت خانه نسبت به مراکز تفریحی	۰,۵۸۹

بنابراین این شاخص‌ها می‌توانند در یک مدل تحلیل مسیر مورد استفاده قرار گیرند. بدین ترتیب مدل علی پژوهش مانند تصویر و جدول شماره ۳ خواهد بود.

با توجه به تصویر ۴ و همچنین مقادیر جدول ۳، مشخص است که تمامی ضریب‌های بار عاملی دارای مقادیر حدود ۰,۴ و یا بیشتر بوده و نشانگر این است که پایایی مدل قابل‌قبول است. همچنین در خصوص ضرایب مسیر باید عنوان داشت که این ضرایب مسیر همان بتای‌استاندارد شده در رگرسیون خطی می‌باشند[۱].

۱. ضرایب مسیر مثبت (بتای مثبت) نشان‌دهنده روابط مستقیم بین متغیرهای پنهان درون‌زا و برون‌زا است (محسنین و اسفیدانی، ۱۳۹۳: ۷۰).



تصویر ٦: مدل پیشنهادی نهایی سبک زندگی، وجوه و ابعاد آن (مأخذ: نگارندگان)

با توجه به مقادیر نشان داده‌شده در جدول ۴ و ازآنجایی‌که تمامی مقادیر آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی بزرگ‌تر از ۰٫۷ می‌باشند لذا مشخص است که مدل اندازه‌گیری از برازش مناسبی برخوردار است.

جدول ۴: مقادیر آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی

نام متغیر			پایایی ترکیبی	ضریب آلفای کرونباخ
	خانه	HOME	۰٫۷۴۹	۰٫۷٦۹
	سبک زندگی	LFS	۰٫۷۱۴	۰٫۷۸۷
	بعد عینی سبک زندگی	IDN	۰٫۷۳٦	۰٫۷۴۷
بعد عینی	وجه مصرفی	ICON	۰٫۷۵۳	۰٫۷۹۷
	وجه اجتماعی	ISOC	۰٫۸۱۰	۰٫۷۲۰
	وجه ارزشی و آئینی	IWC	۰٫۷۹۸	۰٫۷۱۷
	بعد ترجیحی سبک زندگی	PRF	۰٫۷۱۰	۰٫۷۹۳
بعد ترجیحی	وجه مصرفی	PCON	۰٫۹۱۴	۰٫۸۱۱
	وجه اجتماعی	PSOC	۰٫۷۳۸	۰٫۷۰۴
	وجه ارزشی	PWC	۰٫۷۴۸	۰٫۷۸۴

همان‌طور که از جدول ۵، مشخص است مقدار آماره t (ضریب معناداری) بین متغیرهای سبک زندگی و وجه عینی و وجه ترجیحی بیشتر از ۱٫۹٦ بوده، بنابراین در سطح اطمینان ۹۵ درصد می‌توان گفت که سبک زندگی و وجوه عینی و ترجیحی رابطه معناداری باهم دارند که شدت معناداری رابطه آن با بعد عینی بیشتر از بعد ترجیحی است.

جدول ۵: میزان ضریب مسیر و ضرایب معناداری سبک زندگی و وجوه عینی و ترجیحی

	بعد عینی سبک زندگی	بعد ترجیحی سبک زندگی
ضریب t	۳۹٫۲	٦٫۳
ضریب مسیر استانداردشده	۰٫۹۴٦	۰٫٦۸۴

جدول ٦: میزان ضریب مسیر و ضرایب معناداری سبک زندگی و خانه

	سبک زندگی - خانه
ضریب t	۲٫۱۷
ضریب مسیر استانداردشده	۰٫۲۹۸

همچنین با توجه به جدول ٦، مقدار آماره t (ضریب معناداری) بین متغیرهای سبک زندگی و خانه بیشتر از ۱،۹٦ بوده و بنابراین در سطح اطمینان ۹۵ درصد می‌توان گفت که سبک زندگی بر خانه تأثیرگذار است.

نتیجه‌گیری

به عبارتی به‌زعم گیدنز، سبک‌زندگی روایتگر هویت افراد در دوره مدرنیته متأخر است که این امر نیز ناشی از افول ارزش‌ها و سنت‌های هویت‌ساز و همچنین اهمیت خود در زندگی روزمره است. همان‌طور که در علم ارتباطات به اثبات رسیده است، برای تغییر رفتار در مخاطبان نخست باید نگرش آن‌ها دست‌کاری شده و به اجماع درونی برسند. رسانه‌های جمعی فرهنگ را، به‌عنوان اصلی‌ترین ابزار اجتماعی شدن افراد، مدام تولید و بازتولید می‌کنند. ازجمله ابزارهای رسانه برای تغییر فرهنگ می‌توان آگهی‌های تجاری را نام برد که با ایجاد یک «الگوی آرمانی» به این تحولات فرهنگی دامن می‌زنند و درنهایت منجر به تغییر ارزش‌ها و هنجارهای فرد شده و آیین و رسوم جدیدی در زندگی شخص نمایان می‌سازند که به فراخور الگوی رفتاری متناسب با آن، خانه و کالبد آن با تغییر همراه می‌شود. در گام نخست، بامطالعه و بررسی گسترده مبانی نظری، این پژوهش سبک زندگی را دارای دو وجه عینی و ترجیحی (همان ذهنی) می‌داند و بر این مهم تأکید می‌ورزد که سبک زندگی در درون خود شامل لایه گسترده و متنوعی از انواع خواسته‌ها (همان ترجیحات) است که مجال بروز یافته و عینی (بروز بیرونی) گشته‌اند، اگرچه وجه ترجیحی با عینیت یافتن مقطعی، تمام نشده و مداوم در حال بازتولید خود از طریق خواسته‌های جدیدتری است که امکان بروز آن در آینده فراهم می‌گردد. حتی گاه ممکن است بخش‌هایی از این وجه تا آخر عمر فرد به علت عدم وجود شرایط و بستر مناسب برای عینی شدن در حد آرزو و حسرت بماند. همچنین این پژوهش، برای هرکدام از وجوه بعد از تحلیل پیمایش انجام‌شده به‌طور همسان سه بعد اجتماعی، ارزشی-آیینی و مصرفی قائل شد که دربرگیرنده تمام فعالیت‌ها و انتخاب‌های آدمی است. تکنولوژی و رسانه به‌طور ویژه در مصرف و نتیجه آن در دو بعد دیگر خصوصاً اجتماعی قابل‌پیگیری است و عرفی‌گرایی دینی در هر سه گزینه به خصوص ارزشی-آیینی قابل ردیابی است. در گام دوم، در بخش پیمایش مبانی در بستر شهر مشهد، آنچه از تحلیل‌ها مشهود است معناداری بسیار قوی بعد عینی نسبت به بعد ترجیحی در رابطه با کلیت خود سبک زندگی است. از دیگر نکات مهم حاصل از تحلیل یافته‌ها می‌توان به نقش و رابطه کم‌رنگ بعد ارزشی-آیینی در قیاس با دو بعد دیگر اجتماعی و مصرف، در وجه عینی سبک زندگی ساکنین شهر مشهد اشاره کرد؛ آنچه خلاف نگاه ارزشی در شکل‌گیری سکونت در شهر مقدس مشهد و سیطره حضور امام رضا(ع) بوده است. نکته بسیار قابل‌تأمل وجود قوی دنیای رسانه به‌ویژه فضای مجازی در زندگی امروز مردم است و شهر مشهد به نظر می‌رسد در کلیت امر، از این قاعده مستثنا نبوده است، چراکه در بعد عینی مصرف، الگوبرداری از تلویزیون و رسانه‌های مجازی مانند اینستاگرام و تلگرام ۰،۸۲۲ و ۰،٦۹٦ در صدر قرار گرفته‌اند و این خود گواه کم-رنگ شدن نقش سنت‌ها و ارزش‌های مذهبی در زندگی جامعه معاصر مشهد و جایگزینی آن باارزش‌های جدید است. جالب‌تر آنکه بخش ترجیحی بعد ارزشی و آیینی با توجه به بارعاملی پاسخ‌ها، قوی‌تر از دو بعد دیگر این وجه، معناداری رابطه خود را تعریف کرده است و به نظر می‌رسد که پاسخ‌دهندگان در پس ذهن خود، رجعت به ارزش‌ها و سنت‌ها (که غالباً جمع‌گراست)، اهمیت به والدین و آداب خانوادگی را به انتخاب‌ها و ارزش‌های فردی ترجیح می‌دهند. درواقع بررسی سنی پاسخ‌دهندگان حاکی از آن است که این تمایل بیشتر افراد بالای ۳۵ سال را شامل می‌شود. از طرفی با توجه به‌شدت معناداری بالای گویه‌های مرتبط با شغل و جنسیت (بعد عینی-اجتماعی)، پاسخ‌دهندگان آن‌ها را عامل مهمی در انتخاب‌هایشان از خانه تا وسایل شخصی و الگوهای رفتاری‌شان دانسته‌اند. همچنین تحلیل آماری نشان داد که بین خانه و عوامل موقعیتی و کالبدی آن از سویی و عوامل سبک زندگی آن‌ها از سوی دیگر رابطه معنادار وجود داشته و بار عاملی آن تأیید می‌کند که این عوامل، سهمی قابل‌ملاحظه بر عوامل موقعیتی و کالبدی خانه، در مشهد دارند که از این میان رابطه نزدیکی مدرسه فرزندان و مراکز تفریحی با خانه بیشترین شدت معناداری و نزدیکی به خانه والدین کمترین معناداری را دارد که به نظر می‌رسد این خود نشان از عدم پیروی از ارزش‌ها و سنت‌ها

در موقعیت سکونتی دارد. مصرف و شدت خواسته پاسخ‌دهندگان به افزایش مصرف‌گرایی در خانه را می‌توان در تمایل آنان در به‌روز بودن و پیروی از مد در خرید اسباب و اثاثیه و چیدمان مبلمان داخلی دید. درنهایت می‌توان بیان داشت که به‌طورکلی، خانه و فضای خانگی (از انتخاب موقعیت خانه تا تغییرات ریز داخلی آن) رابطه معناداری با عوامل مؤثر بر سبک زندگی دارد و در جامعه معاصر مشهد ارزش‌های جدید برآمده از نظام مصرف و تغییرات فراوان سبک زندگی قابل‌مشاهده است و ارزش‌ها، آیین‌ها و سنت‌های پیشینان در زندگی امروز مردم مشهد رنگ‌باخته‌اند.

فهرست منابع

۱. آقالطیفی، آزاده. (۱۳۹۱). «انسان و خانه: تبیین الگوی تعامل انسان و خانه معاصر در ایران». ***رساله دکتری***. تهران: دانشگاه تهران.

۲. ابراهیم‌آبادی، حسین. (۱۳۹۲). «رویکردی میان‌رشته‌ای به سبک زندگی». ***فصلنامه علمی-پژوهشی مطالعات میان رشته ای در علوم انسانی***. (شماره ٤٦)، ٥٣-٣٣.

۳. ابودلف، مسعربن مهلهل. (۱۳۵۴). ***سفرنامه ابودلف***. ترجمه سید ابوالفضل طباطبایی. تهران: زوار.

۴. اصطخری، ابراهیم. (۱۳٦۸). ***مسالک و ممالک***. تصحیح ایرج افشار. تهران: علمی و فرهنگی.

۵. ارژمند، محمود؛ و همکاران. (۱۳۹۰). ***بررسی خانه‌های دوره قاجار***. اصفهان: مرکز پژوهش‌های سنتی صائب.

٦. باینگانی، بهمن؛ و همکاران. (۱۳۹۲). «سبك زندگی از منظر جامعه‌شناسی: مقدمه‌ای بر شناخت و واکاوی مفهوم سبك زندگی». ***مهندسی فرهنگی***. (شماره_۷۷)، ۷٤-٥٦.

۷. بقیعی، غلامحسین. (۱۳۷۳). ***مزار میرمراد (نمایی از مشهد قدیم)***. تهران: گوتنبرگ.

۸. بینش، تقی. (۱۳۵۵). «جغرافیای محله‌ای مشهد». ***مجله دانشکده ادبیات و علوم انسانی دانشگاه فردوسی مشهد***. (شماره ٤٨)، ۹۰۳-٨٤٢.

۹. پرتویی، پروین. (۱۳۸۲). «مکان و بی‌مکانی: رویکردی پدیدارشناسانه». ***هنرهای زیبا***. (شماره ۱۴)، ۵۰-۴۰.

۱۰. پیله‌ور، علی‌اصغر؛ و احمد پوراحمد. (۱۳۸۳). «روند رشد و توسعه کلان‌شهرهای کشور (مطالعه موردی: شهر مشهد)». ***پژوهش‌های جغرافیایی***. (شماره ۴۸)، ۱۲۱-۱۰۳.

۱۱. حبیب پورگتابی، کرم؛ و همکاران. (۱۳۹۲). «بازنمایی اشتغال زنان و نقش آن در ساختار خانواده (مطالعه موردی: سریال‌های دلنوازان و همسایه‌ها)» . ***مطالعات سبک زندگی***. (شماره ۲)، ۱۰۴-٦۹.

۱۲. دي، اي، دواس. (۱۳۷٦). ***پیمایش در تحقیقات اجتماعي***. ترجمه هوشنگ نايبي، تهران: نشر ني.

۱۳. دیناری، احمد. (۱۳۸۴).***گردشگری شهری در ایران و جهان***. مشهد: دانشگاه مشهد.

۱۴. رضوانی، علیرضا. (۱۳۸۴). ***در جستجوی هویت شهر مشهد***. وزارت مسکن و شهرسازی.

۱۵. رکنی، نوشین؛ و وحید احمدی. (۱۳۹٦). «واکاوی نظام فضایی پنهان معماری بومی مسکونی مشهد بر اساس تئوری نحو فضا». ***پژوهشنامه خراسان بزرگ***. (شماره ٢٦)، ٥٨-٣٩.

١٦. سرمد، زهره؛ و همکاران. (١٣٧٨). ***روش‌های تحقیق در علوم رفتاري***. تهران: آگه.

۱۷. سیدی، سیدمهدی. (۱۳۷۸). ***تاریخ شهر مشهد***. تهران: جامی.

۱۸. عباس‌زادگان، مصطفی؛ و همکاران (۱۳۹۱). «تحلیل ارتباط ميان ساختار فضايي و توسعه‌يافتگي محلات شهري به روش چيدمان فضا (مطالعه موردي :شهر مشهد)» . ***مطالعات و پژوهش‌هاي شهري و منطقه‌ای***. (شماره ٤)، ٦٢-٤٣.

۱۹. علوی، محسن. (۱۳۹۲). «گزارش‌دهی نتایج مطالعات با کاربرد مدل‌یابی معادلات ساختاری». ***مدیریت پرستاری***. (شماره ۲)،۱۹-۸.

۲۰. علی‌پور، ربابه؛ و همکاران. (۱۳۹۹). «بررسی ارتباط عوامل مؤثر بر سبک زندگی و کالبد خانه معاصر در شهر مشهد». ***اندیشه معماری***. (شماره۸)، ٦۹- ٨٤.

۲۱. قاضی‌زاده، ندا. (۱۳۹۰). «تأثیر طراحی فضای باز مجتمع مسکونی در ایجاد حس دلبستگی به مکان». ***رساله دکتری***. تهران: دانشگاه تهران.

۲۲. قصابیان، محمدرضا. (۱۳۷۷). ***تاریخ مشهد از پیدایش تا آغاز دوره افشار***. مشهد: انصار.

۲۳. قلندریان، ایمان؛ و همکاران. (۱۳۹٦). «واکاوی مؤلفه‌های کیفیت محیط در نوسازی محله عامل مشهد با

تأکید بر رویکرد انتقادی». **_پژوهشنامه خراسان بزرگ_**. (شماره ۲۶)، ۹۲-۷۷.

۲۴. کبیری‌سامانی، علی؛ و همکاران. (۱۳۹۵). «بازشناسی معنی خانه در قرآن». **_باغ نظر_**. (شماره ۴۵)، ۷۶-۶۱.

۲۵. کلانتری خلیل‌آباد، حسین؛ و همکاران. (۱۳۹۳). «میزان انطباق ساختار اصلی شهر مشهد با تصویر ذهنی زائران». **_مطالعات شهر ایرانی اسلامی_**. (شماره ۱۷)، ۴۳–۳۵.

۲۶. گیفورد، رابرت. (۱۳۷۸). «روان‌شناسی محیط‌های مسکونی». ترجمه وحید قبادیان. **_معماری و شهرسازی_**. (شماره ۳-۲)، ۹۸-۷۱.

۲۷. لنگ، جان. (۱۳۸۳). **_آفرینش نظریه‌های معماری_**. ترجمه علیرضا عینی‌فر. تهران: دانشگاه تهران.

۲۸. مافی، عزت‌الله، و همکاران. (۱۳۹۱). «بررسي ساخت اکولوژیکي شهر مشهد». **_جغرافیا و توسعه ناحیه‌ای_**. (شماره ۱۸)، ۱۲۱–۹۹.

۲۹. ماهوان، احمد. (۱۳۸۳). **_تاریخ مشهدالرضا_**. مشهد: ماهوان (ماه نشر).

۳۰. محسنین، شهریار؛ و محمدرحیم اسفیدانی. (۱۳۹۳). **_معادلات ساختاري مبتني بر رویکرد حداقل مربعات جزیي به کمك نرم‌افزار Smart PLS_**. تهران: مهربان.

۳۱. محفوظی، محمدصادق؛ و همکاران. (۱۳۷۷). **_سیر تحول نظام‌های روانشناسی_**. ج۱. تهران: جامعه پژوهشگران.

۳۲. محمودی، مرتضی. (۱۳۸۸). «گونه‌شناسی خانه‌های مشهد در اواخر دوره قاجار و پهلوی اول ». **_پایان‌نامه کارشناسی ارشد_**. تهران: دانشگاه شهید بهشتی.

۳۳. نجیب کازرکار، نسرین؛ و همکاران. (۱۳۹۳). «سیر دگرگونی ویژگی‌های کالبدی معماری و شهرسازی بافت قدیم مشهد در دوران تیموری و صفوی». **_فقه و تاریخ تمدن_**. (شماره ۳۹)، ۱۱۴–۸۷.

۳۴. نجیب کازرکار، نسرین؛ و همکاران. (۱۳۹۴). «آسیب‌شناسی مداخله‌های کالبدی صورت گرفته در بافت قدیم مشهد». **_فقه و تاریخ تمدن_**. (شماره ٤٤)، ٤٥-١١.

35. Alsop, Christiane. K. (2002). "Home and away: Self-reflexive auto-ethnography». Forum ***Qualitative Sozialforschung***, (vol 3).

36. Appleyard, Donald. (1979). "Home". ***Architectural Association Quar-terly***. (vol 2), 2-20.

37. Baudrillard, Jean. (1998).***The Consumer Society: Myths and Structures***. London, England: Sage.

38. Becker, Henry Jay. (2000). "Findings from the teaching, learning, and computing survey". ***Education policy analysis archives***. (vol 8), 51.

39. Berger, Arthur Asa. (2011). "Ads, Fads, and Consumer Culture: Advertising's Impact on American Character and Society". Boulder, Colo: Rowman & Littlefi eld Publishers. Inc.

40. Blunt, Alison And Dowling, Robyn. (2006). "Home". Routledge.

41. Blunt, Alison and Varley, Ann. (2004). "Geographies of home". ***Cultural Geographies***, (vol 11), 3 - 6.

42. Bourdieu, Bourdieu, Pierre. (1984). ***Distinction: A social Critique of the Judgment of Taste***. Routledge.

43. Bulos, M. (1990). "The use of space and home adaptations by home based workers". In T. Putnam & C. Newton, (Eds), Household Choice. London: Futures.

44. Chapman, Tony; and Jennifer Lorna, Hockey. (1999). ***Ideal homes: Social change and domestic life***. Routledge.

45. Chaney, David. (1993). ***Fictions of Collective Life***. NewYork: Routledge.

46. Cooper Marcus, C. (1974). ***The house as symbol of self. In J. Lang, C. Burnette, W. Moleski & D. Vachon, (Eds), Designing for Human Behaviour: Architecture and the Behavioural Sciences***. ***Stroudsberg***. Pennsylva- nia: Dowden, Hutchinson and Ross.

47. Cooper Marcus, Clare. (1995). ***House as a Mirror of Self: Explor- ing the Deeper Meaning of Home***. Berkeley, CA: Conari Press.

48. Despres, Carole. (1991). "The meaning of home: literature review and directions for future research and theoretical development". ***Journal of Architectural Research***. (vol 8), 96-155.

49. Duncan, James S. (1981). ***Housing and Identity: Cross Cultural Per- spectives***. London: Croom Helm.

50. Dupuis, Ann; and Thorns, David C. (1996). "Meanings of home for older home owners". ***Housing Studies***. (vol 11), 485-501.

51. Giddens, Anthony. (1996). ***In Defense of Sociology Cambridge***. New York: Polity Press.

52. Goffman, Erving. (1999). ***The presentation of self in everyday life***. Peter Smith Pub Incorporated.

53. Hareven, Tamara K. (1993). "The home and the family in historical perspective". ***Home: A Place in the World»***. New York: New York University Press.

54. Heidegger, Martin. (1971). ***"Building, Dwelling, Thinking" from Poetry, Language, Thought»***, translated by Albert Hofstadter, Harper Colophon Books. New York.

55. Hockey, Jenny. (1999). "The ideal of home: Domesticating the institutional space of old age and death". ***Ideal homes***. T. Chapman, & J. Hockey (Eds.), London: Routledge.

56. Horwitz, J. and Tognoli, J. (1982). "Role of home in adult development: women and men living alone describe their residential history". ***Family Relations***. (vol 31), 335-341.

57. Jacobson, Kristen. (2009). "A developed nature: A phenomenological account of the experience of home". ***Continental Philosophy Review***. (vol 42), 355–373.

58. Jacobson, Kristen. (2010***)***. "The experience of home and the space of citizenship". ***Southern Journal of Philosophy***. (vol 48), 219–245

59. Kluckhohn, Clyde (1962). ***Culture and Behavior***. Free Press of Glencoe.

60. Low Setha M.and Chambers, Erve. (1993). ***Housing Culture and Design: A Comparative Perspective. Philadephia***. PA: University of Pennsylvania Press.

61. Lefas, Pavlos. (2009). ***Dwelling and Architecture: From Heidegger to Koolhaas***. Jovis.

62. Leslie, G R. (1994). ***Introductory Sociology***. Oxford Un, Press.

63. Maslow, Abraham. (1954). ***Motivation and Personality***. New York: Harper Row.

64. McKee, James B. (1969). ***Introduction to Sociology***. Holt Rinehart & Winston Inc.

65. Moore, Jeanne. (2000). "***Placing home in context***". Environment and psychology. (vol 20), 207-217

66. Moore, Jeanne. and Canter, D. (1993). "Home and homelessness".In ***Housing, Design, Placing Home in Context 215 Research, Education. Ethnoscapes Series***. M. Bulos & N. Teymur, (Eds). London: Avebury Press.

67. Morley, David. (2000). ***Home territories: Media, mobility, and identity***. Routledge.

68. Neale, J. (1997). "Homelessness and theory reconsidered". ***Housing Studies***. (vol 12), 47-61.

69. Oswald Frank and Wahl, Hans-werner. (2005). "Dimensions of the meaning of home in later life". ***Home and identity in late life.*** G. D. Rowles, & H. Chaudhury (Eds.). New York: Springer

70. Porteous, J. Douglas. (1976). "Home: the territorial core". ***Geographi- cal Review***. (vol 66), 383-390.

71. Rae, R. (1992). "The Urge to Own: An Exploration of Home Ownership in America". Presented at ***IAPS 12***, Greece, July 1992.

72. Randall, J. M. (1994). "At Home: At Work; A Boundary Crossed". Presented at ***Ideal Homes Towards A Sociol- ogy of Domestic Architecture and Interior Design***. University of Teeside, 6th^8th September.

73. Relph, Edvard C. (2000). "Geographical expriences and being in the world". ***The phenomenological origins of geography. In Dwelling, place and environmet.***Toward a phenomenology of person and world. Eds D. Seaman and R. Mureguer, 15-31. Malabar, Felorida: Kerider publishing company.

74. Rivlin, Leanne. (1990). "The signicance of home and homeless- ness". ***Marriage and Family Review***. (vol 15), 39- 56.

75. Saegert, Susan. (1985). "The role of housing in the experience of dwelling". ***Home Environments: Human Behaviour and***

Environment*. I. Altman & C. Werner, (Eds), Advances in Theory and Research, Vol. 8. New York: Plenum.
76. Schulz, Christian Norberg. (1985). ***The Concept of Dwelling: On the way to figurative architecture***. New York: Rizzoli International Publications, Inc.
77. Seamon, David. (1979). ***A geography of the life world: Movement, rest and encounter***. London: Croom-Helm.
78. Shuster, Martin. (2017). "A Phenomenology of Home: Jean Améry on Homesickness". ***Journal of French and Francophone Philosophy***. (vol 24), 117–127.
79. Simmel, Georg. (1990). ***The Philosophy of Money Tom Bohomer & Pavid Frisby***. (Trans., Second enlarged Ed. New York: Rutledge.
80. Sixsmith, Judith. (1986). «The meaning of home: an exploratory study of environmental experience». ***Journal ofEnviron- mental Psychology***. (vol 6), 281-298.
81. Sixsmith, A. & Sixsmith, Judith. (1991). "Transitions in home ex- perience in later life". ***Journal of Architecturaland Planning Research***. (vol 8), 181-191.
82. Smith, Sandy G. (1994). "The essential qualities of a home". ***Journal of Environmental Psychology***. (vol 14), 31-46.
83. Somerville, Peter. (1997). "The social construction of home". ***Journal of Architecture and Planning Research***. (vol 14), 226-245.
84. Stefanovic, Ingrid Leman. (autumn 1994). "Temporality and Architecture: A Phenomenological Reading of Built". ***Journal of Architectural and Planning Research***. (vol 11).
85. Stock, Mathis. (2007). "Théorie de l'habiter". Questionnements. ***Armillaire***. 103-125.
86. Tognoli, Jerome. (1987). "Residential environments". ***Handbook of Environmental Psychology***. D. Stokols & I. Altman, (Eds), (vol 1). New York: Wiley Interscience.
87. Weber, Max. (1996). "The distribution of power within the political community: class, status, party". ***Economy and Society***, ed. G. Roth and C. Wittich. Berkeley: University of California Press.
88. Wehmeier, Sally. (2005). ***Oxford advanced learner' dictionary of current english***. Oxford University Press.
89. URL1: https://www.merriam-webster.com/dictionary/style, Retrieved November 20, 2017
90. URL2: https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/definition/english/style_1?q=style